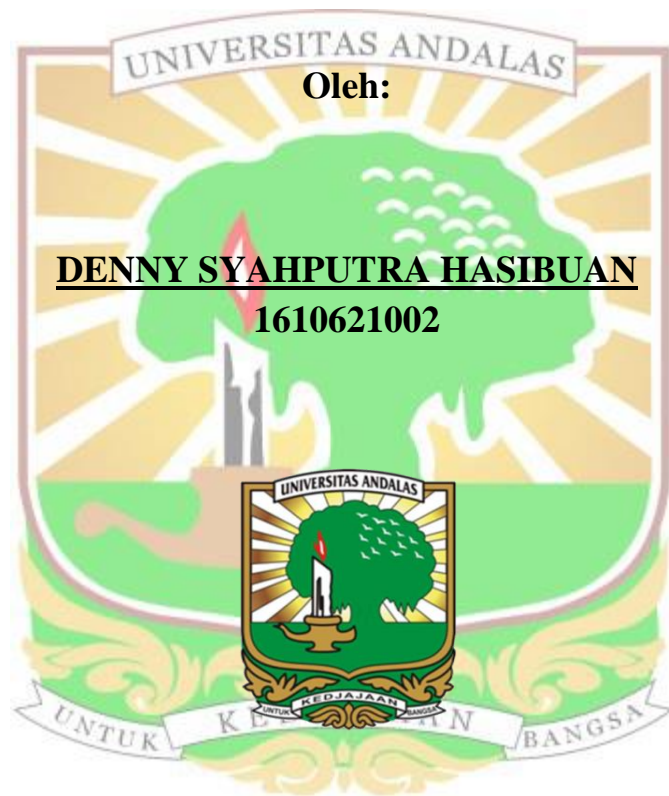


**STRATEGI PEMASARAN RENDANG TELUR
DI KOTA PAYAKUMBUH
(Studi Kasus Dapoer Rendang Riry Kecamatan Lampasi Tigo
Nagari, Kota Payakumbuh)**

SKRIPSI



Oleh:

DENNY SYAHPUTRA HASIBUAN

1610621002

Pembimbing :

**Prof. Dr. Ir. H. James Hellyward, MS. IPU, ASEAN Eng
Rahmi Wati, S.Pt, MP**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH, 2021**

**STRATEGI PEMASARAN RENDANG TELUR
DI KOTA PAYAKUMBUH
(Studi Kasus Dapoer Rendang Riry Kecamatan Lampasi Tigo
Nagari, Kota Payakumbuh)**

SKRIPSI



Oleh:

DENNY SYAHPUTRA HASIBUAN
1610621002

*Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Peternakan*

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH, 2021**

STRATEGI PEMASARAN RENDANG TELUR DI KOTA PAYAKUMBUH (Studi Kasus Dapoer Rendang Riry Kecamatan Lampasi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh)

Denny Syahputra Hasibuan¹, James Hellyward², Rahmi Wati²

¹Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Payakumbuh

²Dosen Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan

Email : dennysyahputrahasibuan1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi analisis internal dan eksternal usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh serta memformulasikan strategi pemasaran di usaha Dapoer Rendang Riry. Dapoer Rendang Riry mengalami kendala didalam memasarkan produk rendang telur akibat pandemi *Covid-19*. Padahal, Dapoer Rendang Riry sudah memiliki surat izin edar pangan olahan dari BPOM pada tanggal 23 November 2017. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Pengumpulan data dilaksanakan 4 tahap yaitu observasi, wawancara, kepustakaan dan pengisian kuisioner. Data di analisis secara deskriptif dan menggunakan metode SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dapoer Rendang Riry berada pada kuadran I dalam analisis SWOT, dibuktikan dengan skor yang didapat pada sumbu X = 1.06 dan pada sumbu Y = 0.64. Dapoer Rendang Riry memiliki kekuatan dan mampu memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Yaitu dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan seperti kekuatan produk yang tidak memiliki rasa dan bau amis, memiliki merk, kemasan higienis dan memiliki sertifikat BPOM. Harga sudah ditetapkan, tidak ada perbedaan setiap pembelian. namun ada diskon harga pada saat pembelian khusus. Tempat distribusi memiliki lokasi yang strategis dan akses tempat yang mudah. Promosi Dapoer Rendang Riry juga dapat memanfaatkan peluang dari segi eksternal perusahaan seperti daya beli konsumen, kepercayaan dan sikap masyarakat, kebijakan pemerintah serta perkembangan teknologi yang membantu dalam proses pengolahan rendang telur Dapoer Rendang Riry. Strategi yang digunakan dalam strategi pemasaran rendang telur adalah strategi SO.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Rendang Telur, Metode SWOT